



**University of  
Zurich**<sup>UZH</sup>

**Zurich Open Repository and  
Archive**

University of Zurich  
University Library  
Strickhofstrasse 39  
CH-8057 Zurich  
[www.zora.uzh.ch](http://www.zora.uzh.ch)

---

Year: 2012

---

## **Das Ende des Monopols. Die SRG im Umfeld der neuen Privatrado und Privatfernsehsender**

Künzler, Matthias

**Abstract:** Die Abschaffung des Rundfunk-Monopols und ihre Auswirkungen: Unter welchen Bedingungen und Modalitäten haben sich Radio und Fernsehen der Konkurrenz geöffnet? Welches waren die Triebfedern, wer die Akteure?

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-67571>

Book Section

Originally published at:

Künzler, Matthias (2012). Das Ende des Monopols. Die SRG im Umfeld der neuen Privatrado und Privatfernsehsender. In: Mäusli, Theo; Steigmeier, Andreas; Valloton, François. Radio und Fernsehen in der Schweiz. Geschichte der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft SRG 1983-2011. Baden: Hier+Jetzt, 41-87.

# **Radio und Fernsehen in der Schweiz**

Geschichte der Schweizerischen Radio- und  
Fernsehgesellschaft SRG 1983–2011

## **La radio et la télévision en Suisse**

Histoire de la Société suisse de radiodiffusion et  
télévision SSR de 1983 à 2011

## **La radio e la televisione in Svizzera**

Storia della Società svizzera di  
radiotelevisione SSR dal 1983 al 2011

## **Radio e televisiun en Svizra**

L'istorgia da la Societad svizra da radio e  
televisiun SSR 1983–2011

herausgegeben von  
publié sous la direction de  
a cura di  
edl da

Theo Mäusli, Andreas Steigmeier, François Vallotton

mit Beiträgen von  
avec le concours de  
hanno collaborato  
cun contribuziuns da

Daniel Beck, Ina Boesch, Ruth Hungerbühler,  
Constanze Jecker, Matthias Künzler, Raphaëlle Ruppen Coutaz,  
Edzard Schade, Adrian Scherrer, Nelly Valsangiacomo

2012, hier+jetzt, Verlag für Kultur und Geschichte, Baden

<b>Inhaltsverzeichnis, Table des matières, Indice, Survesta</b>	<b>8</b>	
<b>Der schweizerische Service-public-Rundfunk und die Globalisierung</b>	<b>15</b>	<b>DE</b>
<b>La radiodiffusion de service public suisse face aux défis de la globalisation</b>	<b>23</b>	<b>FR</b>
<b>La radiotelevisione pubblica in Svizzera e le sfide della globalizzazione</b>	<b>31</b>	<b>IT</b>
François Vallotton		
<b>Die Abschaffung des Monopols: die SRG im Umfeld neuer Privatrado- und Privatfernsehsender</b>	<b>41</b>	<b>Kapitel 1 DE</b>
Die Abschaffung des Monopols: Die SRG im Umfeld neuer Privatrado- und Privatfernsehsender	80	Kurzfassung
L'abolition du monopole: la SSR dans le paysage médiatique suisse	83	Résumé
La SSR nel panorama audiovisivo svizzero, ovvero gli effetti dell'abolizione del monopolio	86	Riassunto
Matthias Künzler		
<b>Les ripostes de la SSR à la libéralisation du marché de l'audiovisuel: vers une redéfinition de son mandat de service public</b>	<b>89</b>	<b>Chapitre 2 FR</b>
Die Antworten der SRG auf die Liberalisierung des Medienmarktes: die Neudefinition ihres Mandats als Service public	125	Kurzfassung
Les ripostes de la SSR à la libéralisation du marché de l'audiovisuel: vers une redéfinition de son mandat de service public	128	Résumé
Le risposte della SSR alla liberalizzazione del mercato dell'audiovisivo: verso una ridefinizione della missione di servizio pubblico	131	Riassunto
Raphaëlle Ruppen Coutaz		
<b>Die Digitalisierung: Schrittmacher und Sparpotenzial</b>	<b>135</b>	<b>Kapitel 3 DE</b>
Die Digitalisierung: Schrittmacher und Sparpotenzial	169	Kurzfassung
La numérisation: une solution novatrice et un potentiel d'économies	172	Résumé
La digitalizzazione: battistrada e potenziale di risparmio	175	Riassunto
Adrian Scherrer		
<b>Stiamo lavorando per voi: L'aziendalizzazione della SSR</b>	<b>179</b>	<b>Capitolo 4 IT</b>
Das Publikum im Mittelpunkt: von der Anstalt zum Unternehmen	217	Kurzfassung
Le public au centre: de l'institution à l'entreprise	221	Résumé
Stiamo lavorando per voi: l'aziendalizzazione della SSR	224	Riassunto
Nelly Valsangiacomo		
<b>Anspruchsvoll und massentauglich: der Spagat der SRG in der Kultur</b>	<b>229</b>	<b>Kapitel 5 DE</b>
Anspruchsvoll und massentauglich: der Spagat der SRG in der Kultur	263	Kurzfassung
Culture de qualité et culture de masse: le grand écart de la SSR	265	Résumé
Cultura per tutti o cultura per pochi? Il dilemma della SSR	267	Riassunto
Ina Boesch, Ruth Hungerbühler		
<b>Programmgestaltung in einem kommerzialisierten Umfeld</b>	<b>271</b>	<b>Kapitel 6 DE</b>
Programmgestaltung in einem kommerzialisierten Umfeld	327	Kurzfassung
La conception des programmes dans un environnement commercial	330	Résumé
La programmazione radiotelevisiva sullo sfondo di una realtà commerciale	333	Riassunto
Edzard Schade		
<b>Gestaltung der Programme – zwischen Tradition und Innovation</b>	<b>337</b>	<b>Kapitel 7 DE</b>
Gestaltung der Programme – zwischen Tradition und Innovation	375	Kurzfassung
La conception des programmes – entre tradition et innovation	378	Résumé
La programmazione, fra tradizione e innovazione	381	Riassunto
Daniel Beck, Constanze Jecker		
<b>Geschichte der SRG – eine Geschichte der Schweiz</b>	<b>385</b>	<b>DE</b>
<b>L'histoire de la SSR, une histoire de la Suisse</b>	<b>399</b>	<b>FR</b>
<b>Storia della SSR, Storia della Svizzera</b>	<b>413</b>	<b>IT</b>
<b>L'istorgia da la SRG SSR – in'istorgia da la Svizra</b>	<b>425</b>	<b>RM</b>
Theo Mäusli		
<b>Das Projekt «Geschichte der SRG»</b>	<b>437</b>	<b>DE</b>
<b>Le projet «Histoire de la SSR»</b>	<b>441</b>	<b>FR</b>
<b>Il progetto «Storia della SSR»</b>	<b>445</b>	<b>IT</b>
Andreas Stelgmeier		
<b>Anhang, Annexe, Appendice</b>	<b>449</b>	

Der schweizerische Service-public-Rundfunk und die Globalisierung					15	DE
François Vallotton						
Die historischen und medienspezifischen Themen jener Epoche	16	Methode und Fragestellungen	19	Die Geschichte der SRG als Teil der Schweizer Geschichte	20	
				Ein Ausblick	21	
La radiodiffusion de service public suisse face aux défis de la globalisation					23	FR
François Vallotton						
Enjeux historiques et médiatiques	24	L'histoire de la SSR, part intégrante de l'histoire suisse	28	Quelles perspectives?	29	
Méthode et questionnements	27					
La radiotelevisione pubblica in Svizzera e le sfide della globalizzazione					31	IT
François Vallotton						
I grandi assi storici e mediatici del periodo	32	La storia della SSR è parte integrante della storia svizzera	36	Quali prospettive?	37	
Metodologia e problematiche	34					
Die Abschaffung des Monopols: die SRG im Umfeld neuer Privatrado- und Privatfernsehsender					41	Kapitel 1 DE
Matthias Künzler						
Gemeinsamer Kampf von Radiopiraten, Linksalternativen und Bürgerlichen gegen das SRG-Monopol	42	Kooperation zwischen SRG und Privaten auf der sprachregionalen Ebene im Rahmen des «Vertragsmodells»	54	Der Videojournalist geht auf Sendung: die Entstehung des privaten, kommerziellen Regionalfernsehens	67	
Von der Rebellion zur Gesamt- konzeption: Der Bundesrat bereitet die Liberalisierung des Rundfunks vor	43	Wie viel Werbung darfs denn sein? Skepsis gegenüber Alkohol- und Unterbrecher- werbung	54	Tele 24 und TV3: spektakuläre Grossprojekte für das Deutsch- schweizer Fernsehpublikum	68	
Die Markttöffnung als wissenschaftliches Feld- experiment: die Rundfunk- versuchs-Verordnung von 1983	44	Medienpolitischer Sündenfall oder Innovation? Die Ein- führung des Gebührensplittings	55	Werbefenster als Triebfeder für die neuen Fernsehsender	69	
Vom persönlichen Musik- geschmack der Moderatoren hin zum Formatradio: die Entwicklung der Privat- radiolandschaft	45	«Die Medien den Medien»: Beteiligung der Verleger am Privatrado und Privatfernsehen erwünscht	56	Vom legalen Piratensender zum sprachregionalen Privat-TV: Fernsehaktivitäten in der italienischsprachigen Schweiz	71	
Mehr Wunsch als Wirklichkeit: die aktive Beteiligung der Bürger am Privatrado und Privatfernsehen	47	Der liberalisierte Markt benötigt einen Schiedsrichter: frühe Pläne für eine neue Regulierungsbehörde	57	Das Scheitern der sprachre- gionalen Fernsehprojekte in der Deutschschweiz	72	
Visionen für professionelles, regionales und sprach- regionales Privatfernsehen	48	Mit der Markttöffnung wachsen die Staatsaufgaben: die Entstehung und Entwicklung des BAKOM	58	Kooperation statt Konkurrenz in der Romandie	73	
Griff und Missgriff zu den Sternen: von erfolgreichen und gescheiterten Satelliten- fernsehprojekten	49	Werbefenster als Folge europaweiter Regeln für das grenzüberschreitende Fernsehen	59	Die Quadratur des Kreises: das revidierte RTVG 2006 zwischen Anspruch auf Marktliberalisierung und Service public	73	
Die Lehren der RVO: Die Vergrösserung der Medien- vielfalt durch Privatrundfunk ist ein teurer Wunsch	52	Die Umsetzung des Radio- und Fernsehgesetzes: Konzessionierung bestehender und neuer Anbieter	61	Gebühren für die SRG – Werbung für die Privaten: umstrittenes duales Rundfunksystem	73	
Die Verwirklichung des Drei-Ebenen-Modells: das Radio- und Fernseh- gesetz von 1991	52	Von S plus zu PresseTV: Fehlstart bei der Umsetzung des Vertragsmodells	62	Freie Wahl zwischen Markt- wettbewerb oder Service public für Privatsender: die Hauptmerkmale des revidierten Radio- und Fernsehgesetzes 2006	75	
Publizistischer statt wirt- schaftlicher Wettbewerb: die Zielsetzungen des Gesetzes	53	Teil-TV und RTL-Programm- fenster: medienpolitischer Wirbel um gescheiterte sprach- regionale Fernsehprojekte	66	Streit um Werbeverbote und die Stellung der SRG im Medienmarkt	76	
				Krach um die Konzessions- vergabe trotz fortgesetzter Liberalisierung	77	
				Fazit	78	

<b>Die Abschaffung des Monopols: die SRG im Umfeld neuer Privatrado- und Privatfernseher</b>			<b>80</b>	<b>Kurzfassung</b>
Gemeinsamer Kampf von Radiopiraten, Linksalternativen und Bürgerlichen gegen das SRG-Monopol	80	Die Verwirklichung des Dreiebenen-Modells: das Radio- und Fernsehgesetz von 1991	80	Fazit 82
Die Markttöfnung als wissenschaftliches Feldexperiment: die Rundfunkversuchs-Verordnung von 1983	80	Die Quadratur des Kreises: das revidierte RTVG 2006 zwischen dem Anspruch nach Marktliberalisierung und Service public	81	
<b>L'abolition du monopole: la SSR dans le paysage médiatique suisse</b>			<b>83</b>	<b>Resumé</b>
Combat commun des radios pirates, de la gauche alternative et des partis bourgeois contre le monopole de la SSR	83	La mise en application du modèle des trois échelons: la Loi sur la radio et la télévision de 1991	83	Conclusion 84
L'ouverture du marché comme champ d'expérimentation scientifique: l'ordonnance sur les essais de radiodiffusion locale de 1983	83	La quadrature du cercle: la révision de la Loi sur la radio et la télévision de 2006, entre libéralisation et maintien du service public	84	
<b>La SSR nel panorama audiovisivo svizzero, ovvero gli effetti dell'abolizione del monopolio</b>			<b>86</b>	<b>Riassunto</b>
Dalla ribellione a una concezione generale: la preistoria della liberalizzazione del mercato audiovisivo	86	Attuazione del modello dei tre livelli: la legge sulla radiotelevisione del 1991	86	Conclusione 87
L'apertura del mercato come campo di sperimentazione scientifica: ordinanza sulle prove locali di radiodiffusione	86	La quadratura del cerchio: la revisione della legge sulla radiotelevisione del 2006, fra maggiore liberalizzazione e mantenimento del servizio pubblico	87	

<b>Les ripostes de la SSR à la libéralisation du marché de l'audiovisuel: vers une redéfinition de son mandat de service public</b>			<b>89</b>	<b>Chapitre 2 FR</b>
			Raphaëlle Ruppen Coutaz	
<b>Le processus de libéralisation du marché</b>	<b>91</b>	Vers plus de pluralité et d'universalité	100	... au choix du web 114
Le renforcement des tentatives de démantèlement dans les années 90	92	<b>SRG SSR idée suisse, un service public qui exprime la réalité suisse</b>	102	En sursis 117
La polysémie de la notion de service public	93	Du projet «idée suisse»... au nouveau «corporate branding» SRG SSR idée suisse	102	Pour une réduction du mandat de service public 120
<b>Un service public au service du public: de la quatrième chaîne nationale à la régionalisation</b>	<b>93</b>	Un coup marketing ?	108	Pour un développement de l'offre sur Internet 121
S plus ou le modèle de la concurrence	94	Les coûts de l'«idée suisse»	110	<b>L'aggiornamento du service public audiovisuel suisse</b> 122
Schweiz 4/Suisse 4/Svizzera 4 ou le modèle de la complémentarité	98	Une mise en œuvre difficile	110	De l'adaptation au marché concurrentiel dans les années 90... 122
SF zwei, TSR 2, TSI 2 ou le modèle de la régionalisation	99	<b>Réduction ou extension du mandat de service public? Le cas de swissinfo/Radio suisse internationale</b>	113	... aux difficultés financières des années 2000 123
			D'une phase de tâtonnement...	114
<b>Die Antworten der SRG auf die Liberalisierung des Medienmarktes: die Neudefinition ihres Mandats als Service public</b>			<b>125</b>	<b>Kurzfassung</b>
Die Liberalisierung des Marktes	125	SRG SSR idée suisse: Service public als Ausdruck der schweizerischen Wirklichkeit	126	Die Erneuerung des audiovisuellen Service public der Schweiz 127
Der Service public als Dienstleister: von der vierten nationalen Senderkette zur Regionalisierung	125	Ab- oder Ausbau des Leistungsauftrags? Der Fall swissinfo/Schweizer Radio International	126	
<b>Les ripostes de la SSR à la libéralisation du marché de l'audiovisuel: vers une redéfinition de son mandat de service public</b>			<b>128</b>	<b>Résumé</b>
Le processus de libéralisation du marché	128	Un service public au service du public: de la quatrième chaîne nationale à la régionalisation	128	SRG SSR idée suisse, un service public qui exprime la réalité suisse 128

Réduction ou extension du mandat de service public ? Le cas de swissinfo/Radio suisse internationale	129	L'aggiornamento du service public audiovisuel suisse	130		
Le risposte della SSR alla liberalizzazione del mercato dell'audiovisivo: verso una ridefinizione della missione di servizio pubblico				131	Riassunto
Il processo di liberalizzazione del mercato	131	SRG SSR idee suisse, un servizio pubblico che esprime la realtà svizzera	131	L'aggiornamento del servizio pubblico audiovisivo svizzero	132
Un servizio pubblico al servizio del pubblico: dalla quarta rete nazionale alla regionalizzazione	131	Riduzione o estensione della missione di servizio pubblico? Il caso di swissinfo/Radio Svizzera Internazionale	132		

Die Digitalisierung: Schrittmacher und Sparpotenzial

135

Kapitel 3 **DE**

Adrian Scherrer

Die Anzahl empfangbarer Kanäle vervielfacht sich: Kabel- und Satellitenfernsehen	136	Die Automatisierung der Musikprogrammierung	148	Die SRG übernimmt die Verantwortung für die Distribution	159
Zappen durch die Kabelnetze	136	Der Computer sitzt am Sendepult	149	Sparen mit digitalen Sendern	161
Der Traum vom grenzüberschreitenden Fernsehen: Satelliten-TV	138	Die Digitalisierung führt zu neuen Berufsbildern und Umstrukturierungen	152	Mit hochauflösendem Fernsehen an die europäische Spitze	162
Impulse aus der Schweiz – und aus Luxemburg	139	Von der Leistungspflicht zur Grundversorgung: die Digitalisierung der Verbreitungswege	153	Multimedia und Interaktivität: die Herausforderung des Internets	164
Die SRG setzt auf internationale Kooperation	142	Die gescheiterten Vorläufer: Digit und D2-MAC	156	Die Grenzen zwischen den Medien verwischen	164
Bewährte Kooperation für den Teletext	144	Der weite Weg zum Digitalradio	157	Frische Erwartungshaltungen – veränderte Nutzungsgewohnheiten	166
Von der Sportkette zur vierten Senderkette	145	Digitale Normen für das Satellitenfernsehen	159	Neue Perspektiven in gewandelten Märkten	167
Schrittweise Integration aller Arbeitsabläufe: die Digitalisierung der Studios	146				

Die Digitalisierung: Schrittmacher und Sparpotenzial

169

Kurzfassung

Die Anzahl empfangbarer Kanäle vervielfacht sich: Kabel- und Satellitenfernsehen	169	Von der Leistungspflicht zur Grundversorgung: die Digitalisierung der Verbreitungswege	170	Multimedia und Interaktivität: die Herausforderung des Internets	171
Schrittweise Integration aller Arbeitsabläufe: die Digitalisierung der Studios	169				

La numérisation : une solution novatrice et un potentiel d'économies

172

Résumé

Multiplication des chaînes de télévision accessibles par câble et par satellite	172	De l'obligation de prestations à la couverture de base: la numérisation des voies de distribution	173	Multimédia et interactivité: le défi d'internet	174
Intégration progressive de tous les processus de travail: la numérisation des studios	172				

La digitalizzazione: battistrada e potenziale di risparmio

175

Riassunto

Il numero dei canali si moltiplica: televisione via cavo e via satellite	175	Dall'obbligo di prestazione all'offerta di base: la digitalizzazione dei canali di diffusione	176		
Graduale integrazione di tutte le fasi lavorative: la digitalizzazione degli studi	175	Multimedialità e interattività: la sfida di internet	176		

Stiamo lavorando per voi: l'aziendalizzazione della SSR

179

Capitolo 4 **IT**

Nelly Valsangiacomo

Il sistema duale e la prima ridefinizione della SSR	180	Verso una nuova politica del personale	186	Strategie diversificate per far fronte ai costi: i diritti d'autore e i rovesci della pubblicità	193
I prodromi della riorganizzazione continua: la «riforma Hayek»	181	La SSR al centro del mercato	187	Nulla di personale: le risorse umane	197
Il valzer delle pianificazioni	182	«Solo una veloce riforma è una buona riforma»: SSR 95 e la rivoluzione delle strutture	188	Una «holding» convergente	202
La coperta troppo corta	185				

Il «Management holding»: l'«idée suisse»	203	La divergenza nella convergenza	206	«Cosi fan tutti»: riflessioni conclusive	215	
Dal risparmio all'austerità. Alla ricerca di nuove strategie	205	Un'ultima ristrutturazione?	211			
<b>Wir arbeiten für Sie: von der Anstalt zum Unternehmen</b>						217
Einleitung	217	Die SRG im Zentrum des Marktes	218	«Cosi fan tutti»: Schlussbetrachtungen	219	Kurzfassung
Das duale System und die erste Neuorganisation der SRG	217	Eine konvergente Holding	219			
<b>Nous travaillons pour vous: de l'institution à l'entreprise</b>						221
Introduction	221	La SSR au cœur du marché	222	«Cosi fan tutti»: conclusion	223	Résumé
Le système dual et la première réorganisation de la SSR	221	Une «holding» convergente	223			
<b>Stiamo lavorando per voi: l'aziendalizzazione della SSR</b>						224
Introduzione	224	La SSR al centro del mercato	225	«Cosi fan tutti»: riflessioni conclusive	227	Riassunto
Il sistema duale e la prima ridefinizione della SSR	224	Una «holding» convergente	226			
<b>Anspruchsvoll und massentauglich: der Spagat der SRG in der Kultur</b>						229
Ina Boesch, Ruth Hungerbühler						
Was ist Kultur?	230	Wie zeigt man Literatur?	245	Musik: Rückzug aus der Rolle der Produzentin	253	
Langer Weg zu einer umfassenden Kulturpolitik	230	Heimkino und Musikkonsole: Radio und Fernsehen als Verbreiter von Film und Musik	246	Literatur: Rückzug ins Internet	254	
<b>Die Debatte um die Kunstkultur</b>	231	Vom europäischen Autorenfilm zum Blockbuster aus Hollywood	247	Das audiovisuelle Gedächtnis: die Verantwortung der SRG	255	
Von der Aktion «SOS SRG – rettet die Kultur am Radio» ...	234	Hartnäckiges Hörspiel ...	247	Multimedia und Bildungsauftrag: Bildung ist out, Wissen ist in	256	
... über die Aktion «Stop dem Kulturkill» ...	235	... und Höhenflug der Seifenoper	248	<b>Vielfalt und Einheit – die schwierige Aufgabe der Kohäsion</b>	257	
... zu einer Flut von Papieren	236	Lüthi und Blanc: Blockbuster in der Deutschschweiz	249	Dauerbrenner Mundart	257	
<b>Raus aus dem Elfenbeinturm: ein neuer Zugriff auf Kultur</b>	237	Doppelstrategie: global und lokal	250	Interregionale Einzelinitiativen	258	
Kultur unters Volk gebracht: die Übertragung kultureller Anlässe	238	Musik in Bildern	251	Orchestrierte Gemeinschafts- programme	259	
Nachrichten aus ...: die Berichterstattung über Kultur	242	Die Kultur in den Programmen der SRG: ein Spiegel der Sprachkulturen	251	Integrationsdiskurs und Programmpolitik: von der Vielfalt zur Homogenisierung	260	
Frischer Wind aus der Romandie	242	<b>Die SRG als kulturelle Akteurin</b>	252	Wir anderen	261	
Experiment in Leutschenbach	244	Kaum ein Schweizer Film ohne die SRG	252	SRG: keine Reparaturwerkstatt	262	
<b>Anspruchsvoll und massentauglich: der Spagat der SRG in der Kultur</b>						263
Die Debatte um die Kunstkultur	263	Raus aus dem Elfenbeinturm: ein neuer Zugriff auf Kultur	263	Vielfalt und Einheit – die schwierige Aufgabe der Kohäsion	264	Kurzfassung
		Die SRG als kulturelle Akteurin	264			
<b>Culture de qualité et culture de masse: le grand écart de la SSR</b>						265
Les débats sur la culture artistique	265	La culture sort de sa tour d'ivoire: une nouvelle vision de la culture	265	La SSR, actrice de la culture	266	Résumé
				Diversité et unité – la difficile mission de la cohésion	266	
<b>Cultura per tutti o cultura per pochi? Il dilemma della SSR</b>						267
Il dibattito sulla cultura artistica	267	La SSR attrice del palcoscenico culturale	268	Unità nella molteplicità: l'arte della coesione	268	Résumé
La fine di una torre d'avorio e un nuovo approccio alla cultura	267					
<b>Programmgestaltung in einem kommerzialisierten Umfeld</b>						271
Edzard Schade						
<b>Gebremste Ausweitung der finanziellen Ressourcen der SRG</b>	272	Empfangsgebühren als politische Grösse	272	Erodierte Position auf dem Rundfunkwerbemarkt	274	Kapitel 6 DE

Entwicklungsphasen der finanziellen Erträge der SRG	275	<b>Veränderter Blick auf den Wandel des Mediennutzungsverhaltens</b>	283	<b>Entwicklung der Angebotsstrukturen beim Fernsehen und ihr Markterfolg</b>	302
Entwicklung des finanziellen Aufwands beim Radio	276	Methodenwechsel der Mediennutzungsforschung	284	Diskontinuitäten beim quantitativen Programmausbau	302
Entwicklung des finanziellen Aufwands beim Fernsehen	277	Diskontinuierliche Entwicklung der Mediennutzung	286	Zusammensetzung der Fernsehangebote nach Programmsparten	306
<b>Programmmarketing als Antwort auf einen wachsenden Legitimationsbedarf und Konkurrenzdruck</b>	278	<b>Entwicklung der Angebotsstrukturen beim Radio und ihr Markterfolg</b>	292	Gegenüberstellung von Angebot und Nachfrage in der Primetime	315
«Public Service Marketing» als Versöhnung von Qualität und Quote	279	Diskontinuitäten beim quantitativen Ausbau der Radioprogramme	294	Relativ stabiler Markterfolg des SRG-Fernsehens	322
Programmcontrolling als Grundlage betrieblicher Transparenz	281	Zusammensetzung der Radioangebote nach Programmsparten	297	<b>Ausblick: Grenzen der expansiven Angebotsdifferenzierungsstrategie</b>	324
Qualitätsdebatten im Dienst der Öffentlichkeit	282	Andauernder Markterfolg der SRG-Radios	300		

**Programmgestaltung in einem kommerzialisierten Umfeld**

Gebremste Ausweitung der finanziellen Ressourcen der SRG	327	Veränderter Blick auf den Wandel des Mediennutzungsverhaltens	327	Entwicklung der Angebotsstrukturen beim Fernsehen und ihr Markterfolg	328
Programmmarketing als Antwort auf einen wachsenden Legitimationsbedarf und Konkurrenzdruck	327	Entwicklung der Angebotsstrukturen beim Radio und ihr Markterfolg	328	Ausblick: Grenzen der expansiven Angebotsdifferenzierungsstrategie	329

**La conception des programmes dans un environnement commercial**

Coup de frein sur l'extension des ressources financières de la SSR	330	Un autre regard sur le changement des habitudes de consommation des médias	330	TV : évolution des structures de l'offre et réussite commerciale	331
Le marketing au secours d'un fort besoin de légitimité et d'une concurrence en hausse	330	Radio : évolution des structures de l'offre et réussite commerciale	331	Perspectives : les limites de la stratégie d'expansion d'une offre différenciée	332

**La programmazione radiotelevisiva sullo sfondo di una realtà commerciale**

Un lento incremento delle risorse finanziarie	333	Un modo diverso di valutare le nuove abitudini di consumo radiotelevisivo	333	Sviluppo dell'offerta televisiva e ricaduta sul mercato	334
Il marketing come forma di autolegittimazione e risposta alla concorrenza	333	Sviluppo dell'offerta radiofonica e ricaduta sul mercato	334	I limiti della strategia di diversificazione	335

**Gestaltung der Programme – zwischen Tradition und Innovation**

<b>Formatierung: Auswirkungen auf die sprachregionalen Radioprogramme</b>	338	<b>Informationen im Radioprogramm: aktueller, rasanter, vielfältiger</b>	445	Daniel Beck, Constanze Jecker	
Die dritten Programme als Reaktion auf die Privatsender	338	Nachrichten fürs Ohr	445	Kürzere Beiträge, Personalisierung und grosszügiger gestaltete Nachrichtenstudios	351
Couleur 3 – das älteste und unkonventionellste dritte Programm	339	DRS 4 News – Informationen rund um die Uhr	346	<b>Arena</b> – emotionale Diskussionen über Politik	352
DRS 3 – zwischen Qualität und Mainstream	339	Lunch und Dinner statt Fastfood	346	Diskussionssendungen in der Romandie – interaktiv und innovativ	353
Rete Tre – dauerhafter Erfolg	341	<b>Regionaljournale</b> – mehr Einschaltungen	347	Diskussionssendungen im Tessin – Abgrenzung von der Konkurrenz	356
Auswirkungen auf die ersten Radioprogramme	341	<b>Informationen in den Fernsehprogrammen: regionaler, emotionaler, experimentierfreudiger</b>	348	<b>Nonfiktionale Fernsehunterhaltung: voyeuristischer, interaktiver, kurzlebiger</b>	357
<b>Neue Strukturen im Fernsehprogramm: klarer und strenger</b>	342	Die Regionalisierung der <u>Tagesschau</u>	348	Quizshows in der lateinischen Schweiz – zu allen Tageszeiten	357
Übersichtlichere Gliederung und mehr Eigenproduktionen als neue Strategie	343	Vom Nachrichtensprecher zum Moderatorenteam	349	Quiz- und Lotterieshows in der Deutschschweiz – erfolgreich in der Primetime	358
Wechselnde Erscheinungsbilder der Fernsehprogramme	343	Die erste Mittagsausgabe und unterschiedliche Konzepte für die Hauptausgaben	349	Wandelnde Präsentation und Interaktivität	359
		<u>10vor10</u> – innovatives und umstrittenes Nachrichtenmagazin	350	RealityTV – diesseits oder jenseits des guten Geschmacks?	360

Kurzfassung

Résumé

Riassunto

337

Kapitel 7 DE



MusicStar – Talentsuche mit vielen Gefühlen	362	<b>Sport im Fernsehen: umfassender, personalisierter, kommerzialisierter</b>	368	Sportberichterstattung – von sachlichen Analysen zu emotionalen Kommentaren	372
Neue Formate für Satire und Comedy	363	Übertragungsrechte als Problem	368	Professionalisierung und neue Formen in der Sportberichterstattung	372
Vergebliche Versuche mit Late-Night-Shows	367	Das aufwändigste SRG-Projekt und regelmässige Sportsendungen	368	<b>Bilanz: die SRG-Programme im internationalen Vergleich</b>	373
Zwischenfazit: Sprachregionale Unterschiede und ausländischer Einfluss	367	Sportmagazine des Deutschschweizer Fernsehens	369		

### Gestaltung der Programme – zwischen Tradition und Innovation

Formatierung, Auswirkungen auf die sprachregionalen Radioprogramme	375	Informationen in den Fernsehprogrammen: regionaler, emotionaler, experimentierfreudiger	376	Sport im Fernsehen: umfassender, personalisierter, kommerzialisierter	376
Neue Strukturen im Fernsehprogramm: klarer und strenger	375	Nonfiktionale Fernsehunterhaltung: voyeuristischer, interaktiver, kurzlebiger	376	Bilanz: die SRG-Programme im internationalen Vergleich	377
Informationen im Radioprogramm: aktueller, rasanter, vielfältiger	375				

### La conception des programmes – entre tradition et innovation

La «radio formattée»: conséquences sur les programmes radiophoniques régionaux	378	L'information à la télévision: plus régionale, plus expérimentale, plus émotionnelle	379	Conclusion: les programmes de la SSR en comparaison internationale	380
Nouvelles structures des programmes télévisés: plus claires et plus strictes	378	Le divertissement télévisuel de non fiction: voyeuriste, interactif et éphémère	379		
L'information à la radio: plus actuelle, plus rapide, plus diversifiée	378	Le sport à la télévision: plus diversifiée, plus personnalisée, plus commerciale	379		

### La programmazione, fra tradizione e innovazione

La «radio formattata»: conseguenze per le reti radiofoniche regionali	381	L'informazione televisiva: regionale, sperimentale ed emozionale	382	Lo sport alla televisione: più diversificato, più personalizzato, più commerciale	382
Adeguamento dei palinsesti televisivi	381	L'intrattenimento televisivo «non-fiction»: voyeuristico, interattivo ed effimero	382	Conclusione	383
L'informazione radiofonica: reattiva, seducente, diversificata	381				

## Geschichte der SRG – eine Geschichte der Schweiz

Theo Mäusli

<b>Hundert Jahre Broadcast in der Schweiz: 1911–2011</b>	385	Eine nationale Domäne	390	Von der Volkserziehung zum Journalismus	394
Fragen und Ansatz	387	Avantgarde in der Entwicklung, vorsichtig bei der Realisierung von Neuerungen	391	Eine demokratische Musterorganisation	394
<b>Kultur und Kulturauffassung</b>	387	<b>Politik und Medienpolitik</b>	391	Manager	395
Kulturföderalismus	387	Politische Neutralität und Unabhängigkeit	391	<b>Wachstum und Krisen</b>	395
Gesellschaftskitt	388	Grenzen der nationalen Politik	393	Krisenunabhängiges Wachstum	395
Kulturmäzen	389	Politische Ausmarchung des Medienmarkts	393	Neue Mentalitäten und Reform	396
<b>Eine weitreichende Technikgeschichte</b>	390	<b>Von der Erziehungsmission zum Medienunternehmen</b>	394	Herausforderungen der Fragmentierung	396
Gesellschaftliche und kulturelle Interaktionen	390				

## L'histoire de la SSR, une histoire de la Suisse

Theo Mäusli

<b>Cent ans de diffusion en Suisse: 1911–2011</b>	399	Les mécènes culturels	403	Avant-gardiste dans le développement, mais prudente dans la réalisation des innovations	405
Questions et approche	400	<b>Une histoire de la technique tous azimuts</b>	404	<b>Politique et politique médiatique</b>	405
<b>Culture et conception de la culture</b>	401	Interactions sociales et culturelles	404	Indépendance et neutralité politique	405
Fédéralisme culturel	401	Un domaine national	404		
Lien social	402				

Kurzfassung

Résumé

Riassunto

DE

FR

Les limites de la politique nationale	406	De l'éducation du peuple au journalisme	408	<b>Croissance et crise</b>	409
Les limites politiques du marché de l'audiovisuel	407	Une organisation démocratique modèle	408	Une croissance indépendante de la crise	409
De la mission éducative à l'entreprise médiatique	408	Manager	409	Nouvelles mentalités et réforme	410
				Les défis de la segmentation	410

**Storia della SSR, Storia della Svizzera**

413

Theo Mäusli

<b>Cent'anni di broadcast in Svizzera: 1911–2011</b>	413	Avanti tutta nello sviluppo, avanti piano nelle innovazioni	418	Dalla missione di educare al giornalismo	421
Interrogativi e considerazioni	414	<b>Politica e politica dei media</b>	419	Esempio di organizzazione democratica	422
<b>Cultura e nozione di cultura</b>	415	Indipendenza e neutralità politica	419	I manager	422
Federalismo culturale	415	Limiti della politica nazionale	420	<b>Crescita e crisi</b>	423
Coesione sociale	416	Vincoli politici nel mercato dei media	420	Una crescita indipendente dalle crisi	423
Mecenatismo culturale	417	<b>Da società a vocazione educativa ad azienda audiovisiva</b>	421	Nuove mentalità e riforma	423
<b>Un'evoluzione tecnica a tutto campo</b>	418			Le sfide della frammentazione	424
Interazioni socio-culturali	418				
Importanza nazionale	418				

**L'istorgia da la SRG SSR – in'istorgia da la Svizra**

425

Theo Mäusli

<b>Tschient onns diffusium en Svizra: 1911–2011</b>	425	Ina domena naziunala	430	Da l'educaziun dal pievel al schurnalissem	433
Dumondas e concepziuns	426	Svilups avantgardistics, novaziuns precautas	430	In'organisaziun democratica da model	434
<b>Cultura e concepziun da la cultura</b>	427	<b>Politica e politica da medias</b>	431	Manager	434
Federalissem cultural	427	Neutralitad ed independenza politica	431	<b>Creschientscha e crisa</b>	435
Liom social	428	Ilis cunfins da la politica naziunala	432	Ina creschientscha independenta da la crisa	435
Mecens culturals	429	Ilis cunfins politics dal martgà audiovisual	433	Novas mentalitads e refurma	435
<b>In'istorgia da la tecnica da gronda purtada</b>	430	<b>Da la missiun educativa a l'interpresa da medias</b>	433	Las sfidas da la segmentaziun	436
Interacziuns socialas e culturalas	430				

**Das Projekt «Geschichte der SRG»**

437

Andreas Steigmeier

**Le projet «Histoire de la SSR»**

441

Andreas Steigmeier

**Il progetto «Storia della SSR»**

445

Andreas Steigmeier

**Anhang, Annexe, Appendice**

449

<b>Funktionsträger, Titulaires, Titolari</b>	449	<b>Radio- und Fernsehprogramme der SRG, Chaînes radio/TV de la SSR, Reti radio-TV della SSR</b>	453	<b>Autorinnen und Autoren, Auteurs, Autori</b>	492
<b>Generaldirektion, Direction générale, Direzione generale</b>	450	<b>Abkürzungen, Abréviations, Abbreviazioni, Abreviazions</b>	454	<b>Dank, Remerciements, Ringraziamenti</b>	493
<b>Unternehmenseinheiten, Unités d'entreprise, Unità aziendali</b>	451	<b>Bibliografie, Bibliographie, Bibliografia</b>	455	<b>Bildnachweis, Crédit iconographique, Fonti</b>	495
<b>Empfangsgebühren, Redevances, Canone</b>	452	<b>Endnoten, Notes de fin de volume, Note di chinsura</b>	465	<b>Register, Index, Indice</b>	497